

**УДК 338.658**

**Наталія Рожко, к.е.н., доцент**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. Предметом публікації є дослідження, які доводять твердження про те, що на етапі аналізу потенціалу підприємства розробляють та здійснюють систему заходів, спрямованих на реалізацію обраної стратегії. Головна мета при цьому — підвищення ефективності маркетингового потенціалу підприємства.

*Ключові слова: стратегія, маркетинговий потенціал підприємства, планування, контроль.*

**Nataliya Rozhko**

## **PROBLEMS OF INCREASE OF EFFICIENCY OF MARKETING POTENTIAL OF ENTERPRISE**

Abstract. The article of publication are researches that lead to a statement that on the stage of analysis of potential of enterprise develop and carry out the system of measures, on realization of select strategy. Primary objective here is an increase of efficiency of marketing potential of enterprise.

*Keywords: strategy, marketing potential of enterprise, planning, control.*

Маркетинговий потенціал підприємства — це сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, нематеріальних, фінансових), які є у розпорядженні підприємства, а також здатності його співробітників до використання ресурсів з метою створення товарів, послуг та одержання максимального доходу.

Найбільш складно в методичному, організаційному та технічному аспектах реалізувати стратегію на підприємствах, що працюють в умовах динамічного ринку, мінливого середовища. Це пов'язано із суттєвим ускладненням діяльності з управління — у зв'язку як із появою нових функцій (стратегічний аналіз, маркетинг), так і новим якісним рівнем елементів системи (змінюються обсяги та об'єктивність використовуваної інформації, строки та якість її обробки; методи виконання робіт та прийняття рішень, методи мотивації, організація процесів управління та ін.).

При розробці названих заходів основне питання полягає у визначенні та здійсненні змін на підприємстві, зумовлених особливостями прийнятої стратегії. Система заходів має сприяти створенню організації управління, яка забезпечила б досягнення заданих результатів (цілей) найбільш раціонально.

Як відомо, управління здійснюється на основі планування, оцінки та регулювання відповідних показників, що характеризують стан окремих елементів та всієї системи в цілому. Цей стан є відображенням внутрішньої побудови елементів, ступеня їх співвідношення та пропорційності, а також рівня їх взаємозв'язку. Тому завдання управління реалізацією стратегії зводиться до створення механізму, що дає змогу цілеспрямовано змінювати стан системи на засадах "налаштування" її елементів для досягнення заданих цілей в умовах дії дестабілізуючих факторів.

Спеціалісти, котрі займаються вирішенням цього питання, можуть включити до системи заходів кілька варіантів проектних рішень. Рішення за змістом, масштабністю та часом здійснення можуть бути різними залежно від того, які сторони діяльності підприємства охоплює стратегія, і можуть мати характер докорінних змін або часткових вдосконалень. Зміни можуть здійснюватися на мікрорівні та полягати у

вдосконаленні інформаційного забезпечення, розподілу праці, упорядкуванні окремих функцій та робіт, або на макрорівні (вдосконалення маркетингової організаційної структури підприємства, системи маркетингового планування, контролю та ін.), стосуючись підприємства у цілому або його підрозділів.

Заходи, спрямовані на підвищення ефективності маркетингового потенціалу мають здійснюватися на планових засадах. План заходів передбачає визначення складу заходів, строків виконання, ресурсів, виконавців, їхніх прав та відповідальності, показників, що підлягають контролю, та форм контролю. В певних випадках для управління перебігом розробки та здійснення змін і контролю можуть розроблятися мережеві моделі, процедури тощо.

Дослідження показують, що в умовах формування ринкової економіки, система заходів з підвищення ефективності економічного потенціалу має бути спрямована: на функціонально-структурну перебудову виходячи з маркетингової орієнтації; перегляд товарно - інвестиційної політики; посилення мотивації праці.